

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau wadah di mana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, terpimpin dan terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya (uang, material, mesin, metode, lingkungan), sarana-parasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Organisasi harus memiliki tujuan yang jelas untuk menentukan keberlangsungan organisasi itu sendiri. Tujuan organisasi tidak lepas dari tanggungjawab serta kinerja setiap anggotanya, di mana hal itu akan berdampak pada berhasil atau tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya.

Organisasi yang baik adalah yang memiliki tujuan jelas berdasarkan visi dan misi yang disepakati pendirinya. Menurut penelitian Asmarani (2006), untuk mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan cara untuk mencapainya yang lazim disebut sebagai strategi. Selanjutnya disusun rencana (*plan*), kebijakan (*policies*), hingga pencapaian dan program aksi. Dalam penerapannya, bisa saja unsur tersebut mengalami perubahan sebagai akibat dari tidak terpenuhinya asumsi-asumsi yang dipakai dalam perencanaan, misalnya karena sumber daya yang didapat tidak sesuai dengan harapan. Bisa pula disebabkan oleh tujuan yang terlalu abstrak sehingga sangat jauh dari apa yang diharapkan. Atau bisa juga dikarenakan perbedaan pendapat dari orang-orang yang berada di dalamnya.

Menurut penelitian Allison dan Kaye (2005) dalam Asmarani (2006), setiap organisasi tentu memiliki perencanaan, dan bagi lingkup perusahaan kita mengenal istilah perencanaan strategi, di mana perencanaan strategi ini dapat membantu kita mengevaluasi secara berkala untuk mencapai tujuan, membantu perusahaan untuk maju dan berkembang dalam memperbesar pangsa pasar di tengah persaingan usaha yang semakin tajam.

Kunci yang menjadi andalan bagi sebagian besar organisasi untuk mampu bertahan adalah keunggulan bersaing. Persaingan yang tajam dalam dunia bisnis saat ini mendorong perusahaan untuk mengimplementasikan strategi yang tepat agar dapat memenangkan persaingan bisnis dan mencapai kinerja yang lebih baik. Letak dari persaingan adalah perbedaan jenis produk dan jasa dalam pasar yang terpilih. Salah satu strategi yang diimplementasikan oleh perusahaan adalah membedakan produk dan jasa dari para pesaing. Perbedaan produk dan jasa tersebut bisa berupa sesuatu yang belum ada atau bisa juga sesuatu yang sudah ada tetapi diperbaiki lagi.

Menurut penelitian Gilmore & Pine (1997) dan Kotha (1995) dalam Nizarudin (2006), strategi ini dikenal sebagai strategi *customization* atau *manufacturing flexibility*. Strategi *customization* adalah suatu strategi yang merespon permintaan customer untuk meningkatkan variasi produk lebih istimewa dan kualitas produk terbaik. Sementara itu penelitian Bouwens dan Abernethy (2000) dalam Nizarudin (2006) menyatakan bahwa strategi *customization* membutuhkan perkembangan budaya suatu organisasi yang mendorong individu untuk inovasi dan responsif terhadap kebutuhan *customer*. Strategi *customization* bisa mengarah kepada peningkatan *market share* dan profitabilitas. Strategi *customization* sangat penting bagi perkembangan dan keberhasilan suatu perusahaan.

Menurut penelitian Gordon dan Miller (1976) dalam Susanto dan Gudono (2007), ketidakmampuan manajemen dalam mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi akhir-akhir ini dapat disebabkan antara lain oleh sedikitnya informasi yang tersedia untuk digunakan di dalam pengambilan keputusan yang tepat. Salah satu alat yang digunakan manajemen untuk membantu menghadapi persaingan bisnis adalah sistem akuntansi manajemen yang merupakan fasilitas fungsi pendukung yang menghasilkan informasi yang relevan dan tepat waktu untuk perencanaan, pengendalian, pembuatan keputusan dan evaluasi kinerja. Informasi ini memungkinkan manajemen untuk mengimplementasikan strategi dan melakukan aktivitas operasional yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan.

Sistem akuntansi manajemen (*Management Accounting System = MAS*) sebagai instrumen penting yang mendukung manajemen harus pula mengikuti perubahan-perubahan (*updating*) agar informasi yang disajikan relevan dan berjangka panjang untuk kepentingan manajemen. Sistem akuntansi manajemen (SAM) dapat didesain untuk memberikan informasi yang lebih canggih dan tidak hanya membantu membuat keputusan dalam suatu organisasi, namun juga membantu jalannya koordinasi dalam organisasi. Chenhall dan Morris (1986) dalam penelitian Gaol dan Nasir (2004) mengidentifikasi empat karakteristik informasi SAM yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan yaitu: *broad scope* (lingkup luas), *aggregation* (pengumpulan), *integration* (penggabungan), dan *timelines* (ketepatan waktu).

Terkait dengan kebijakan strategis perusahaan, sistem atau teknologi informasi terbukti telah memainkan peranan penting dalam eksistensi organisasi.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa strategi sistem informasi telah disejajarkan dengan strategi bisnis. Pada pembahasan yang lain, sistem informasi dinilai telah memberi kontribusi signifikan terhadap penyelarasan strategi perusahaan. Menurut penelitian Hirschheim dan Sabherwal (2001), semakin tinggi tingkat penyelarasan strategi antara strategi bisnis dan strategi sistem informasi perusahaan, akan mengarahkan sistem informasi pada titik krusial untuk meraih kinerja bisnis yang sukses.

Hasil penelitian Mia dan Clarke (1999) dalam Faisal (2006) menyatakan bahwa penggunaan informasi SAM dapat membantu manajer dan organisasi untuk mengadopsi dan mengimplementasikan rencana-rencana mereka dalam merespon lingkungan persaingan. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Bouwens dan Abernethy (2000); Anggraini (2002); Widyastuti (2003) dalam Nizarudin (2006), yang meneliti pengaruh strategi *customization* terhadap penggunaan karakteristik SAM yang bersifat *broad scope* dan *aggregation*, serta penelitian yang dilakukan oleh Abernethy dan Guthrie (1994); Chong dan Chong (1997); Mia dan Clarke (1999); Desmiyawati (2001); Musmini (2003) dalam Nizarudin (2006), yang meneliti pengaruh penggunaan karakteristik SAM terhadap kinerja perusahaan.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Balakrishnan (1996); Sriram dan Sapienza (1991); Simon dan Dolan (1998); Fitzgerald (1995); Zairi (2000) dalam Nizarudin (2006), membuktikan bahwa strategi *customization* mempengaruhi kinerja perusahaan. Penelitian lain oleh Sievanen (2004); Booz Allen Hamilton Inc. (2003) dalam Nizarudin (2006), membuktikan bahwa strategi *customization* tidak mempengaruhi kinerja perusahaan.

Abernathy dan Guthrie (1994) dalam penelitian Imron (2003) membuat satu model penelitian berkaitan dengan beberapa penelitian sebelumnya mengenai interaksi antara karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen dengan strategi bisnis dan ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitiannya memberikan bukti bahwa karakteristik informasi *broad scope* memiliki pengaruh yang lebih positif atas kinerja dalam perusahaan yang memiliki strategi *prospector* dibandingkan perusahaan yang memiliki strategi *defender*.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja manajerial di Indonesia dengan karakteristik informasi SAM sebagai variabel mediasi. Dari keempat katakteristik yang sudah disebutkan sebelumnya, peneliti hanya ingin menggunakan karakteristik *broad scope* saja. Hal ini dikarenakan peneliti ingin berfokus pada satu titik yaitu lingkupan yang lebih luas.

Guna memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang pengaruh strategi *customization*, penulis tertarik untuk mengangkat judul “ANALISIS PENGARUH STRATEGI *CUSTOMIZATION* TERHADAP KINERJA MANAJERIAL MELALUI PENGGUNAAN KARAKTERISTIK SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN *BROAD SCOPE*.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah strategi *customization* berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial?

2. Apakah strategi *customization* berpengaruh signifikan terhadap kinerja manajerial melalui penggunaan karakteristik SAM yang bersifat *broad scope*?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti ingin menganalisis sejauh mana pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja manajerial melalui penggunaan karakteristik SAM *broad scope* yang di khususkan pada perusahaan manufaktur sebagai obyek penelitian.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja manajerial.
2. Untuk menganalisis pengaruh strategi *customization* terhadap kinerja manajerial melalui penggunaan karakteristik informasi SAM yang bersifat *broad scope*.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat praktisi dan teoritis. Manfaat praktisi penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor manajerial, faktor lingkungan dan kultur organisasi dalam kaitan perencanaan strategi *customization* dan pengaruhnya terhadap kinerja manajerial.

Di samping itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merancang karakteristik informasi SAM yang bersifat *broad scope* yang sesuai untuk organisasi dalam konteks pengambilan keputusan. Selain itu, hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk menyusun perumusan strategi *customization* yang tepat untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan menciptakan para pemilik yang handal di masa mendatang.

Untuk manfaat teoritisnya dari hasil penelitian ini adalah untuk melengkapi bahan referensi penelitian selanjutnya dalam rangka menambah khasanah akademi sehingga berguna untuk pengembangan ilmu terutama implementasi dalam strategi manajemen pada organisasi secara umum maupun akademik.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian, maka dibuat rancangan penulisan yang mana dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pembahasan secara garis besar seperti latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang mendasari dalam penelitian ini. Teori ini merupakan penjabaran dari variabel-variabel yang digunakan dan hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel tersebut.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi, sampel dan pemilihan sampel data, metode pengumpulan data, definisi

operasional dan pengukuran variabel, serta teknik dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang pengumpulan data, hasil penelitian, pembuktian hipotesis dan jawaban atas pertanyaan dalam rumusan masalah, serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mengemukakan simpulan, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang perlu disampaikan.